

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK
FILLET IKAN BEKU MENGGUNAKAN ANALISIS
SWOT DAN QSPM
(Studi Kasus: PT INTI LUHUR FUJA ABADI PASURUAN
JAWA TIMUR)**

SKRIPSI

Oleh :

**LIDYA AMALIA
115100301111005**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Teknologi Pertanian**



**JURUSAN TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul TA : Perencanaan Strategi Pemasaran
Produk *Fillet* Ikan Beku Menggunakan
Analisis SWOT dan QSPM)
Nama Mahasiswa : Lidya Amalia
NIM : 115100301111005
Jurusan : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknologi Pertanian

Pembimbing Pertama,

Pembimbing Kedua,

Dr. Siti Asmaul Mustaniroh, STP, MP

NIP. 19740608 199903 2 001

Dr. Ir. Imam Santoso, MP

NIP 19681005 199512 1 001

Tanggal Persetujuan:

Tanggal Persetujuan:

.....

.....

LEMBAR PENGESAHAN

Judul TA : Perencanaan Strategi Pemasaran
Produk *Fillet* Ikan Beku Menggunakan
Analisis SWOT dan QSPM)
Nama Mahasiswa : Lidya Amalia
NIM : 115100301111005
Jurusan : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknologi Pertanian

Dosen Penguji I,

Dosen Penguji II,

Dr. Panji Deoranto, STP, MP
NIP 19710806 200212 1 002

Dr. Siti Asmaul Mustaniroh, STP, MP
NIP. 19740608 199903 2 001

Dosen Penguji III,

Dr. Ir. Imam Santoso, MP
NIP 19681005 199512 1 001

Ketua Jurusan

Dr. Sucipto STP MP
NIP 19730602 199903 1 001

Tanggal Lulus TA:.....

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Sidoarjo pada tanggal 7 September 1993. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara yang dilahirkan dari seorang Ibu yang luar biasa sabar dan penuh kasih sayang serta dididik oleh seorang Ayah yang pekerja keras dan penuh motivasi. Penulis menyelesaikan Sekolah Dasar di SDN Mindi I pada tahun 2005. Kemudian penulis melanjutkan ke Sekolah Menengah Tingkat Pertama di SMPN 1 Porong dengan tahun kelulusan tahun 2008. Penulis kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Porong dan menyelesaikannya pada tahun 2011.

Pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Brawijaya pada jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian dan berhasil menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2015. Pada masa pendidikannya, penulis pernah bergabung dengan organisasi HIMATITAN dan AIESEC.



UNIVERSITAS BRAWIJAYA



**Alhamdulillah..... Terimakasih Ya Allah
Karya kecil ini aku persembahkan kepada
Kedua orang tua dan adikku tercinta
Serta sahabat-sahabatku terkasih**

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Lidya Amalia
NIM : 115100301111005
Jurusan : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknologi Pertanian
Judul Tugas Akhir : Perumusan Strategi Pemasaran *Fillet* Ikan
Beku Menggunakan Analisis SWOT dan
QSPM (Studi Kasus: PT Inti Luhur Fuja
Abadi)

Menyatakan bahwa,

Tugas akhir dengan judul diatas merupakan karya asli penulis tersebut diatas. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar saya bersedia dituntut sesuai hukum yang berlaku.

Malang, Agustus 2015
Pembuat Pernyataan,

Lidya Amalia
NIM. 115100301111005

LIDYA AMALIA. 115100301111005. Perencanaan Strategi Pemasaran *Fillet* Ikan Beku Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM (Studi Kasus: PT Inti Luhur Fuja Abadi) TA. Pembimbing: Siti Asmaul Mustaniroh, STP, MP.dan Dr. Ir. Imam Santoso, MP

RINGKASAN

Agroindustri merupakan salah satu sektor perkembangan perikanan. Kegiatan yang dilakukan dalam sektor agroindustri merupakan pengolahan hasil perikanan yang dapat memperpanjang umur simpan komoditas serta sebagai upaya peningkatan mutu bahan. Inti Luhur Fuja Abadi (ILUFA) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang agroindustri terutama bidang perikanan.

PT ILUFA memiliki banyak jenis ikan yang diproduksi. Namun strategi pemasaran yang kurang maksimal membuat beberapa jenis ikan jarang sekali dipesan oleh konsumen atau bahkan dihapus dari daftar ikan yang dijual pada PT ILUFA. Seperti ikan Lencam, Kaci-kaci, Gabus Laut, dan Kakap Sawo. Strategi pemasaran tersebut tidak bisa menjadi jaminan suatu perusahaan dapat bertahan dalam suatu industri. Agar tetap unggul dalam persaingan suatu perusahaan harus merencanakan suatu strategi pemasaran sehingga diperoleh beberapa alternatif yang bisa dipilih untuk mengembangkan suatu perusahaan.

Metode yang digunakan yaitu analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Analisis SWOT digunakan untuk menentukan alternatif-alternatif strategi pemasaran, sedangkan QSPM digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang paling efektif sesuai kondisi internal dan eksternal. Secara umum, penelitian ini dibagi menjadi tiga tahap yaitu tahap pemasukan, pencocokan, dan keputusan.

Kata Kunci : alternatif strategi, internal dan eksternal, pemasaran

LIDYA AMALIA. 115100301111005. Marketing Strategy Planning of Frozen Fish Fillet using SWOT and QSPM Analysis (Research at: PT Inti Luhur Fuja Abadi) TA. Pembimbing: Siti Asmaul Mustaniroh, STP, MP dan Dr. Ir. Imam Santoso, MP

SUMMARY

Agro-industry is one sector of fisheries development. The activities carried out in the sectors of agro-industry is the processing of fishery products that can extend the shelf life of commodities as well as improving the quality of the material. PT ILUFA is one of company dealing in the field of agro-industry especially in the field of fisheries.

PT ILUFA has many kinds of fish are produced. But less than the maximum marketing strategy makes several types of fish are rarely ordered by the consumer or even removed from the list of fish sold at PT ILUFA, like fish Lencam, Kaci-kaci, Cork Sea, and Sawo. The marketing strategy cannot be a guarantee of a company can survive in an industry. In order to stay ahead of the competition a company must plan a marketing strategy in order to obtain some of the alternatives that can be selected to develop an enterprise.

The method used is SWOT analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). SWOT analysis is used to determine the marketing strategy alternatives, while QSPM used to determine the most effective marketing strategies appropriate internal and external conditions. In general, this study is divided into three phases: entry, matching, and decisions. Stage income is the stage of analysis of internal and external factors of marketing. Matching stage is the stage of determining alternative marketing strategies. Decision stage is the stage of determining the best marketing strategies to apply.

Key Word : strategy, internal, external, marketing

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini berjudul “Perumusan Strategi Kemitraan Koperasi dengan Petani pada Rantai Pasok Produk Hortikultura Organik (Studi Kasus di Koperasi Brenjonk, Mojokerto)”. Penyusunan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknologi Pertanian.

Pada kesempatan ini penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Sucipto, STP, MP., selaku Ketua Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya.
2. Ibu Dr. Siti Asmaul Mustaniroh, STP, MP. selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Dr. Ir. Imam Santoso, MP. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan banyak pengarahan dan masukan.
4. Bapak Dr. Panji Deoranto, STP, MP. selaku dosen penguji terimakasih atas segala saran dan masukannya.
5. Bapak Ir. Budi Ekana Prasetya selaku pembimbing lapang di PT ILUFA pada saat penelitian
6. Keluargaku tercinta, Papa, Mama, Mody dan Nenek yang telah memberikan kasih sayang, do'a, dukungan, motivasi dan semangat selama menuntut ilmu di Kota Malang.
7. Sahabat yang tak lekang oleh waktu Enggar, Winda, Mila, Amel, Arika, Samsul terima kasih telah menjadi *partner* selama empat tahun *and years ahead*.
8. Teman selamanya Poppy Satya Puspita, Arie Masitah, Dhanang Rahmantopo, Dadang Sudarwanto dan Dicko Arya saya sayang kalian.
9. Teman-teman seperjuangan semua anggota TIP-C1 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, ko devan dan mas putro yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan

bantuan yang luar biasa. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga. Sukses untuk kalian semua.

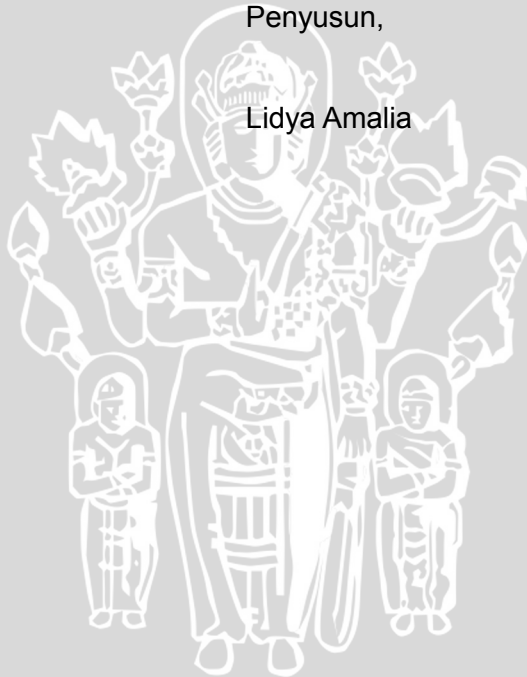
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu selama pengerjaan skripsi.

Menyadari adanya keterbatasan pengetahuan, referensi, dan pengalaman, penyusun mengharapkan saran dan masukan demi lebih baiknya Tugas Akhir ini.

Akhirnya harapan penyusun semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penyusun maupun semua pihak yang membutuhkan.

Malang, Agustus 2015
Penyusun,

Lidya Amalia



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
RINGKASAN	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Perencanaan Strategi	5
2.2. Strategi Bauran Pemasaran	9
2.2.1 Produk (<i>Product</i>)	10
2.2.2 Harga (<i>Price</i>)	10
2.2.3 Tempat/ saluran distribusi (<i>Place</i>)	11
2.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	11
2.3 Analisis SWOT	12
2.3.1 Analisis Lingkungan Internal	13
2.3.2 Analisis Lingkungan Eksternal	14
2.3.3 Matriks Internal-Eksternal (IE)	16
2.4 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	18
2.5 Penelitian Terdahulu	21
III. METODE PENELITIAN	23
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	23
3.2 Pendekatan Penelitian	23
3.3 Batasan Masalah	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.5 Prosedur Penelitian	24
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Profil Perusahaan	39
4.2 Karakteristik Responden	40
4.3 Penentuan Bobot dan Rating	41
4.3.1 Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal	41
4.3.2 Penilaian Rating Faktor Internal dan Eksternal	43

4.4 Analisis Lingkungan Internal dan Eskternal.....	45
4.5 <i>Input Stage</i>	65
4.3.2 Analisis Matrik IFE	65
4.5.2 Analisis Matrik EFE	66
4.6 <i>Matching Stage</i>	67
4.6.1 Matrik IE	67
4.3.2 Matrik SWOT	69
4.7 <i>The Decision Stage</i>	77
V. KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81
VI. Daftar Pustaka	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Kerja Perumusan Strategi	8
Gambar 2. 2 Matriks IE	17
Gambar 3.1 Prosedur Penelitian	25
Gambar 3.2 Kerangka Kerja Perumusan Strategi.....	29
Gambar 4.1 Halaman Utama <i>website</i> PT ILUFA	55
Gambar 4.2 Matrik IE	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik SWOT	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Penilaian Bobot Faktor Strategi Perusahaan ..	30
Tabel 3.2 Kerangka Matriks IFE	32
Tabel 3.3 Kerangka Matriks EFE	32
Tabel 3.4 Implikasi Strategi Internal-Eksternal	33
Tabel 3.5 Kerangka Matriks SWOT	35
Tabel 3.6 Contoh QSPM	35
Tabel 4.1 Identitas Responden Perusahaan.....	40
Tabel 4.2 Tabel Bobot Faktor Internal	42
Tabel 4.3 Tabel Bobot Faktor Eksternal	43
Tabel 4.4 Rating Faktor Internal	44
Tabel 4.5 Rating Faktor Eskternal	44
Tabel 4.6 Spesifikasi Uji Organoleptik Bahan Baku	46
Tabel 4.7 Spesifikasi Uji Organoleptik <i>Fillet</i> Ikan	47
Tabel 4.8 Daftar Perusahaan Pengolahan Ikan	60
Tabel 4.9 Matrik IFE	65
Tabel 4.10 Matrik EFE.....	66
Tabel 4.11 Matrik SWOT	69
Tabel 4.12 Standar Mutu Bahan Baku dan Produk Akhir	71
Tabel 4.13 Matrik QSPM	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Pengisian Bobot dan Peringkat	89
Lampiran 2. Kuesioner Penentuan Strategi Terpilih QSPM.....	95
Lampiran 3. Perhitungan Bobot dan Rating.....	97
Lampiran 4. Realisasi Ekspor PT ILUFA 2014	98
Lampiran 5. Perhitungan Nilai <i>Attractive Score</i>	99
Lampiran 6. Tabel QSPM	100
Lampiran 7. Sertifikat Mutu Perusahaan	101

